

RADIO ESCOLAR: COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE EN EL AULA.

JUAN MANUEL CASTRO BERRIO.

**Línea de investigación
PERSONALIZADA E INSTITUCIONAL.**



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA "LOS LIBERTADORES"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS. D. T. H Y C.**

2010

RADIO ESCOLAR: COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE EN EL AULA.

JUAN MANUEL CASTRO BERRIO.

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA**

PEDRO MENDOZA C.

Comunicador Social Periodista

Especialista en Aprendizaje Autónomo

Especialista en Mercadeo

Asesor



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA "LOS LIBERTADORES"

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARTAGENA DE INDIAS. D. T. H Y C.

2010

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Cartagena, Bolívar, Junio de 2010

“El modelo RADIO ESCOLAR, está motivado como un gran potencial para fortalecimiento pedagógico no solo a nivel del área de Castellano, si no, que de igual manera puede interactuar en otras materias del acontecer académico; como también, es una forma de afianzar los proyectos institucionales ya que el mismo permite su transversalización para observar avances o progresos en otras aéreas del conocimiento”. J. M. C. B.

Agradecimientos.

- *A, Aura Beatriz Castro Rodríguez. Rectora de la Institución Educativa Soledad Acosta de Samper, quien en su momento oportuno viabilizó el crecimiento del proyecto de Radio Escolar, mediante nuestra asesoría.*
- *Olga Acosta Amel, Remberto Navas y Luis Ramírez C, rectores de la I.E. Soledad Acosta de Samper, por permitir nuestra continuidad en el proyecto.*
- *A la licenciada Elvia Meléndez. Quien desde su coordinación, atendió y coadyuvó a la aplicación de estrategias que desde lo pedagógico y lo técnico abrieron nuevos horizontes al proyecto ONDAS JUVENILES.*
- *A todo el personal Docente, Administrativo y de servicios varios, quienes con sus aportes e inquietudes enriquecieron nuestra experiencia en esta modalidad de comunicación alternativa.*

Dedicatoria.

*A mi esposa, Gloria Isabel,
Con toda la fuerza y alegría del Amor,
Mis hijos, Padres, Hermanos y Amigos,
quienes nos estimularon permanentemente
en este propósito hecho hoy realidad.
"Cuando se quiere, se puede "*

GLOSARIO

Amplificador de potencia: Equipo de alta frecuencia que agrega la potencia final con la cual se va a emitir ó radiar la señal de la emisora.

Antena: Es un elemento pasivo (que no agrega potencia) para convertir la energía eléctrica en ondas electro-magnéticas, funciona tanto para emisión como para recepción.

Audiencia: público que escucha los mensajes que se emiten.

Coordinador de piso: para el caso de las transmisiones en directo, por ejemplo, esta es la persona encargada de coordinar que la señal emitida sea de la más alta calidad. Se preocupa y ocupa por la coordinación de cada detalle y por el resultado final de la transmisión.

Cuña: Espacio publicitario breve que se incluye en un programa de radio o televisión.

Deck: Equipo de baja frecuencia que reproduce el sonido contenido en los cassettes.

Excitador: es un equipo de alta frecuencia que agrega una potencia intermedia entre el modulador y el transmisor.

Frecuencímetro: Dispositivo de medida para conocer las variaciones de la radio frecuencia en la cual se está emitiendo.

Intención comunicativa: objetivo con el que se entra en una comunicación.

Interacción verbal: intercambio de palabras que se establece en cualquier escenario.

Lector de CD: Es un equipo de baja frecuencia y reproduce el sonido contenido en los discos compactos.

Líneas telefónicas sin temporizador: líneas desde las que se puede hablar sin que se corte la llamada.

Monitor de modulación: Dispositivo de medida para conocer el nivel actual (alto, bajo, óptimo) de la señal emitida.

Muletillas: repeticiones en las que suele caer el locutor. Ej: eehh, Ummmm, este, de esta forma, etc.

Pieza radial: Nombre que se asigna a diferentes productos generados desde la radio: Cuña, glosa, mensaje, pisada, etc.

Post-producción: etapa final. Se está fuera del aire. Allí se dedica un momento para revisar lo ocurrido en el programa de radio.

Pre-producción: primera etapa de la creación de un programa radial. En ella se define como va a realizarse el programa: temática, búsqueda de música, elaboración de guiones, etc.

Producción radial: nombre que se da a todo programa producido en una emisora.

Producción: segunda etapa de un programa de radio. Abarca todo lo relacionado con “salir al aire”.

Puntos “muertos”: lugares en donde el sonido se pierde. Para el caso de transmisiones con inalámbricos, en algunas partes la señal desaparece. Metros adelante se restablece.

Remasterización: después de editado el programa se realiza este proceso para alcanzar una mejor calidad en el sonido y lograr estándares de audio óptimos.

Sayco y Acimpro: Entidades privadas que se encargan de recaudar los derechos de uso de piezas musicales registradas a favor de los autores, compositores, intérpretes y productores.

Sonido ambiente: todo aquel sonido que se registre en el lugar en el que se encuentra. Así, sonido ambiente de una calle estará conformado por carros, pitos, gente que habla, vendedores, etc.

Tarifario: es una tabla de cifras que definen las empresas de comunicaciones para ofrecer sus servicios de venta o arrendamiento. Allí se citan los costos que tienen una cuña, transmisiones, arrendamientos, etc.

Tiempo al aire: espacio de tiempo que utiliza el productor para emitir un programa.

Transmisor: Equipo de alta frecuencia que combina en un solo aparato las etapas de modulación, excitación y amplificación de potencia.

CONTENIDO

	Pág.
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	11
2. JUSTIFICACIÓN.	13
3 OBJETIVOS	15
3.1 OBJETIVOS GENERALES.	15
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	15
4 MARCO DE REFERENCIA	16
4.1 MARCO CONTEXTUAL	16
4.2 MARCO TEÓRICO	22
4.3 MARCO LEGAL	62
5 ESTADO DEL ARTE.	63
6 ASPECTOS METODOLÓGICOS.	67
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN O ESTUDIO	67
6.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	67
6.3 FUENTES DE INFORMACIÓN	67
6.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	67
7 RESULTADOS ESPERADOS	68
BIBLIOGRAFÍA.	69

RADIO ESCOLAR: COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE EN EL AULA.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Al observar detenidamente la forma como se hace uso del lenguaje y su aplicabilidad de acuerdo con el momento o circunstancia que se evidencia en niveles de educación escolar, secundaria e incluso en el superior; hacen precisar que día a día se hace más notoria la escasa riqueza para el manejo lingüístico, tanto en su parte aplicativa como su significado.

Las deficiencias que se notan tanto al escuchar como al observar un texto, refleja de manera inmediata características impropias en su procesamiento oral o escrito; cuya morfología presenta una involución para el correcto o por lo menos aceptable manejo del castellano.

El impacto de la tecnología, al momento de ejercitar cualquier tipo de trabajo académico, se traduce como un ahorro de tiempo para el estudiante, perdiendo la opción de realizar un trabajo con toda la gama y riqueza que nos ofrece un buen manejo lingüístico.

Por lo anterior se hace necesaria la práctica y ejecución de proyectos como RADIO ESCOLAR; modelo que se constituye en un espacio de socialización, reflejando allí la realidad de las familias, los jóvenes, las instituciones educativas, los barrios, la ciudad, el país y el mundo. Permitiendo al estudiante pasar de consumidores empedernidos a sujetos y protagonistas de la historia y de nuestra propia vida.

Hoy los impulsores de éste tipo de proyectos estan a la espera de oportuna decisión gubernamental que desde el Ministerio de comunicaciones y Educación, permita alcanzar el ideal necesario con tramite legal, sencillo y eficaz, mediante el

cual, éste modelo comunicativo se abra paso a las instituciones educativas desde el nivel basico primario y secundario, teniendose en cuenta que la radio escolar cotidianamente, comunica, crea participación, abre espacios y mejora entornos. En esa labor, de construir país, los protagonistas son niños, niñas y jóvenes, docentes, algunos directivos docentes y en ocasiones, sus aliados naturales, las radios comunitarias y ciudadanas. Esta es la historia de un mundo en el que se expresan preocupaciones y deseos; que intenta ser un retrato de Colombia joven del siglo XXI.

1.1 La radio escolar en nuestro medio y para el caso concreto la I.E. Soledad Acosta de Samper; presenta características que la sitúan en un contexto pedagógico y de acción social, permitiendo que los jóvenes estudiantes devuelvan en parte a la sociedad los avances culturales que de manera simultanea, están desarrollando con sus docentes y su formación global en la institución. Por ello se hace necesario mirar con detenimiento el siguiente plan DOFA.

Debilidades:

- Ajustar herramientas técnicas que actualmente se poseen (Consola, amplificación de sonido, equipo de edición, dvd, minidick, audifonos)
- Acústica en estudio – tarjeta de sonido.
- Adecuación y enlace desde lo técnico a las sedes alternas.
- En cuanto al orden administrativo, gestionar acciones internas y externas, para seguimiento permanente que viabilicen el proyecto en su marco legal.
- Carencia de un asesor o auxiliar del área de las comunicaciones.
- Amoblamiento del estudio y viabilizar sala para grabación.

Oportunidades:

- Liderar el proceso comunicativo desde lo institucional en el área circunvecina.

- Mostrar trabajo en comunidad y sus actividades (cultural, deportes, educativo, ambiente e informativo)
- Ejecución de campañas para prevención y promoción en salud y desarrollo social.
- Convertirse en modelo de orientación y canal informativo de los programas que se generan desde la alcaldía menor de la zona y las organizaciones cívico – comunales.

Fortalezas:

- El recurso humano disponible.
- Operatividad de la emisora en ejercicio de prueba banda F.M.
- Cuenta con estudio o sede de producción en cuanto a su estructura física.
- Exponentes egresados y actualmente en carrera, producto del proceso de “ondas juveniles, en la educación superior.

Amenazas:

- La generación de recursos, para inversión en el proyecto.
- Ausencia de persona responsable como guía y garante de la Programación.
- Tramites institucionales para licencia de funcionamiento con el ministerio de comunicaciones.

2.JUSTIFICACIÓN.

El modelo RADIO ESCOLAR, está motivado como un gran potencial para fortalecimiento pedagógico, no solo a nivel del área de castellano, de igual manera puede interactuar en otras materias del acontecer académico.

En la práctica sobre el manejo del idioma, detectamos como se pierde el concepto esencial de las palabras, e incluso, las motivaciones que trascienden desde lo tradicional y hechos de la imaginativa popular, ante la escasa fluidez verbal de los jóvenes interlocutores; lo que hace preciso la aplicación de métodos y acciones teórico-prácticas, en las que el modelo RADIO ESCOLAR pueda influir significativamente.

Desde lo teórico, será de fundamental apoyo el recurso de docentes, como de hecho se ha logrado en algunas instituciones del Distrito, como SOLEDAD ACOSTA DE SAMPER, ente educativo considerado como pionero en el nivel oficial en desarrollar éste tipo de iniciativa denominada proyecto radio escolar “ONDAS JUVENILES” y su eslogan “La proyección del pensamiento joven”,

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVOS GENERALES.

- Convertir el proyecto RADIO ESCOLAR, en una herramienta pedagógica en el proceso de enseñanza, aprendizaje de los valores y en la transversalización temática de las áreas del proyecto educativo institucional (PEI).
- Contribuir en la creación colectiva de un medio de comunicación donde interactúen la comunidad educativa con la vecindad local.
- Incentivar una mejor aplicabilidad sobre el Uso del lenguaje castellano a través de las comunicaciones, en el ejercicio de RADIO ESCOLAR.
- Motivar estrategias comunicativas que permitan llenar vacíos existentes en materia informativa, haciendo que los estudiantes se conviertan en los principales actores del proceso comunicativo.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Analizar la vulnerabilidad existente en el uso y aplicación de la palabra.
- Establecer acciones que motiven desde lo teórico-práctico llenar los vacíos informativos que actualmente se generan.
- Motivar el mejor uso del medio electrónico desde la óptica estudiantil, proyectado hacia la comunidad, mediante acciones pedagógicas y técnicas.
- Generar un mayor interés para que desde lo institucional y el apoyo del sector público y privado, se mire esta opción con el mejor sentido académico para beneficio e impacto colectivo.
- Destacar que los avances de la tecnología deben ser acompañados desde la base que los origina; siendo en este caso el uso de la palabra como impacto masivo.

4. MARCO DE REFERENCIA

La radio por principio y lo estipulado en la ley, debe cumplir funciones específicas como: Informar, educar, entretener y movilizar; implicando todo ello un compromiso directo con la comunidad en su parte integral al derecho de informar y estar informado.

Como medio cultural, la radio escolar, se halla motivada a llenar los espacios de medios particulares que en su afán comercial, cortan la imaginación, volviéndose tan sólo inmediatistas del acontecer diario.

El proyecto RADIO ESCOLAR, tiene como lineamientos conceptuales: la ética, las competencias ciudadanas, la comunicación, el lenguaje, el periodismo radial, las técnicas de redacción, el aprendizaje y la pedagogía. Estos conceptos esenciales para la realización del mismo, intervienen a lo largo de la investigación, siendo soportes teóricos en la sustentación. *

Por el lado de la ética, la convivencia es un tema vital para la armonía y la paz estudiantil, y mediante el recurso pedagógico de la radio se quiere lograr un buen entendimiento y unas relaciones estables entre los estudiantes y el profesorado. Así mismo los espacios radiales deben ser utilizados para transversalizar las distintas temáticas de las áreas académicas en asocio con los educadores y los estudiantes. ***

4.1. MARCO CONTEXTUAL

Este trabajo es realizado en el municipio de Cartagena – Bolívar, teniéndose como referente la Institución Educativa Soledad Acosta de Samper, la cual se detalla a continuación:

Reseña institucional.

La Institución educativa Soledad Acosta de Samper, tiene sus inicios en el año de 1949, época desde las cuales y por diversas necesidades sufre cambios tanto en el nivel administrativo, estructural y académico, al igual que su reconocimiento oficial. Una de las exaltaciones públicas recordada en su historia, se enmarca en estas palabras:

¡He aquí vuestra Universidad Femenina!

“Miradla como el más bello adorno de la ciudad y no permitáis que se desvíe un ápice de sus fines elevados con que se fundó. La bendición que de manos y labios del Excelentísimo Señor Arzobispo, Doctor José Ignacio López Umaña, ha caído sobre ella, sea augurio de la que Dios imparte a todas las obras que se acometen de buena fe y únicamente para bien”.

Dr. Juan Pupo Villa –Gobernador de Bolívar

Quien coadyuvó con la creación de esta obra en bien de la mujer.

¡He aquí vuestra Universidad Femenina!

“El dije precioso del dorado estuche de la Cartagena Heroica e Intelectual”

Elvira Lleras Restrepo

Delegada del Ministerio de la Educación Nacional

Las anteriores palabras corresponden a los tiempos en que nuestro colegio fue creado, una vez se expidió la Ordenanza Departamental, en 1949, con el nombre de Liceo de Bachillerato Femenino, funcionando anexo al Colegio Mayor de Bolívar.

En 1945 se nacionalizó el Colegio Mayor, su Liceo de Bachillerato y las escuelas de Asistencia Social, Delineante de Arquitectura, Comercio y un curso de Alta Cocina.

El Liceo Nacional inició labores con veinte alumnas de Primero de Bachillerato y, en 1955, brinda a la sociedad las primeras bachilleres; continúa bajo la tutela del Colegio Mayor de Cundinamarca, Mayor de Antioquia y Mayor de Bolívar, quienes cumplen la Orden Ministerial de separar sus bachilleratos anexos. A Cartagena le correspondió el nombre de Soledad Acosta de Samper para su bachillerato.

Una pregunta surge ahora... ¿Quién fue Soledad Acosta de Samper, cuyo nombre ostenta con orgullo este Liceo?

Ella fue una inteligente y gran mujer, ilustre bogotana, que vivió entre el siglo XIX y un poco más de la primera década del siglo XX. Gran escritora de férrea voluntad, cultura y espíritu. Una luchadora y rebelde de la época, recordando que las pocas posibilidades que en ese entonces existían en nuestro país para la preparación intelectual de la mujer la hacía blanco de cualquier crítica. Sin embargo ella supo cultivar su espíritu de mujer de avanzada: fundó un periódico y la revista *Mujer* en 1878, hizo ensayos históricos y biográficos, y escribió novelas como “El talismán de Enrique”, “La historia de las mujeres”, “La familia del tío Andrés”. “Memorias de la historia de la Nueva Granada” y “Los piratas de Cartagena” entre otros”

Se le recuerda por su vigor y nobleza en la acción, por su empeño constante y por siempre tener una gran fe en los ideales de la patria.

Siguiendo con nuestra reseña histórica del Liceo Soledad Acosta de Samper, tenemos que en 1965, se abre la jornada paralela, con siete cursos, así mismo se abre el concurso para escoger el escudo y la bandera, como símbolos institucionales. Para el colegio, es de especial significación, el uniforme cual se

mantiene desde sus inicios, constituyéndose en un signo de identidad y reconocimiento de toda la comunidad.

En 1.969 se desvincula económicamente del colegio Mayor de Bolívar y todo su personal aúna esfuerzos para continuar la brillante labor emprendida, sin embargo, no posee un local donde funcionar, razón por la cual se le ubicó en diferentes lugares de la ciudad, especialmente en el “Corralito de Piedra”. Así corrió con sus recuerdos por la calle de Santa teresa, calle de la factoría, ocupó una casona en Bocagrande, además funcionó el colegio. El Carmelo de las religiosas de la Presentación, el convento de las religiosas Franciscanas de María Auxiliadora en la calle de la Media Luna y la calle del Sargento Mayor.

Después de una tenaz lucha por la consecución de un local propio y definitivo, el 16 de abril de 1.979 le adjudican las actuales instalaciones en el sector de Blas de Lezo, al sur occidente de la ciudad.

Hoy, después de 55 años el colegio puede darse el lujo de contar con un Proyecto Educativo Institucional, premiado a nivel nacional por el Ministerio de educación como P.E.I. Sobresaliente, en 1.998, y cuenta con su desarrollo, con varios proyectos pedagógicos en: Educación Ambiental, Educación sexual, Recreación y uso del tiempo libre, Valores y la Emisora escolar.

En cumplimiento del artículo 9º de la ley 715 de 2001 del M. E. N . A los artículos 9 y 18 del decreto 688 de abril de 2002 y la resolución 0849 de 30 de mayo de 2002, se fusionan los establecimientos educativos; Ana María Pérez de Otero, Emiliano Alcalá romero y Mixto de San Fernando; creándose la Institución Educativa Soledad Acosta de Samper, la cual ofrece a partir de ese momento estudios en los niveles de pre-escolar, Básica(Ciclo primaria de 1º a 5º, (ciclo secundaria) de 6º a 9º y la Media, constituyéndose la resolución 0849 de 30 de

Mayo de 2002 como el reconocimiento oficial por parte de la secretaria de Educación Distrital.

Todo este transcurrir durante 55 años, nos ha permitido liderar una educación de calidad a nivel del distrito de Cartagena y del Departamento de Bolívar, ámbitos educativos por los cuales siempre estaremos dispuestos a luchar, para seguir manteniéndonos en este sitio de honor.

Como surge Ondas Juveniles.

Ondas Juveniles es un proyecto que tiene sus inicios desde el año de 1997; con el visto bueno del área de castellano bajo la coordinación de la licenciada Elvia Meléndez y la supervisión general de la lic. AURA BEATRIZ CASTRO RODRIGUEZ, Rectora; de la institución educativa SOLEDAD ACOSTA DE SAMPER, en su fase inaugural participan activamente de éste proyecto treinta y cinco estudiantes, número que a la fecha es mayor teniéndose en cuenta que a través de éste ejercicio aprueban su participación en la prestación del SERVICIO SOCIAL OBLIGATORIO.

(A continuación escuchamos el concepto e identidad acerca del proyecto Ondas Juveniles, entrevista con la Lic. Aura Castro Rodríguez. Rectora (1.996 - 2003) (C.D. Audio. Corte Uno)

Con la apertura de éste proyecto también se logra demostrar como estudiantes con perfil para el mundo de las comunicaciones generan formas de auto aprendizaje; de estos modelos se cuentan actualmente con resultados tanto en el nivel de educación superior como en el ejercicio profesional.

Radio Escolar despierta interés en el estudiante, quienes son motivados por docentes del área para hacer un correcto uso del lenguaje castellano, por medio

de programas que dan nuevas herramientas para auto-aprendizaje; el cual se alterna con la recreación en forma simultánea¹.

Presentamos a continuación apartes de un programa en el cual interactúan profesor y estudiantes; para el caso, Moisés Vega Lic. En Ciencias Matemáticas y Kory Mendoza, integrante del proyecto, estudiante grado 11), con el propósito de dar a conocer una de las voces compositoras del Dpto. de Bolívar, el maestro HORACIO ROJAS, al cual se le hace reconocimiento sobre su carrera musical... (CD. Audio. Corte Dos.)

La población estudiantil de la Institución Educativa Soledad Acosta de Samper; está representada en dos jornadas, mañana y tarde. La mañana tiene una cobertura de dos mil seiscientos, cuarenta (2640) estudiantes, la tarde dos mil cuatrocientos ochenta y cinco (2485), para un total de cinco mil, ciento veinticinco (5.125) estudiantes; población que requiere comunicar sus inquietudes, actividades, reforzar sus conocimientos, ejercitar el buen uso de la lengua castellana, principios y valores en sociedad.

Esta emisora escolar tiene la asesoría de profesores de Lengua Castellana y coparticipación de docentes de otras áreas, quienes orientan programas acordes a sus especializaciones. El resto de la comunidad educativa conformada por los padres de familia también tiene oportunidad de crear y desarrollar sus propios espacios.

1

<http://www.tareaescolar.net/tareaescolar/historia%20colombia/HISTORIA%20DE%20LA%20RADIO%20EN%20COLOMBIA.htm>

La licenciada Elvia Meléndez, quien coordina el área de castellana y es principal impulsora de éste proyecto; explica a continuación como nace y los alcances de éste proyecto identificado como ONDAS JUVENILES...”La proyección del pensamiento joven”..... (CD Audio. Corte Tres).

Las herramientas de la emisora escolar.

En la actualidad, el proyecto Ondas Juveniles, cuenta con:

- Estudio para locución.
- Consolas de sonido.
- Computador con servicio de Internet.
- Micrófonos.
- Amplificación para sonido interno en la institución.
- Transmisor FM y antena exterior.
- Recurso Humano. A continuación presentamos glosas, producidas y grabadas por estudiantes. (CD. AUDIO corte cuatro).

4.2. MARCO TEÓRICO

COMO FUNCIONA UNA EMISORA ASPECTOS LEGALES Y DE COMUNICACIÓN.

En el año 1830, Samuel Morse inventó un nuevo código, que originó el uso de lo que hoy conocemos como comunicación telegráfica. Más tarde, en 1865, el Físico escocés Maxwell dijo al mundo que las oscilaciones eléctricas de Frecuencias muy elevadas, podían expandirse en el espacio a una velocidad de 300.000 Km/seg.

En 1876 Alexander Graham Bell y su asistente, lograron transmitir la voz Humana a través de cables eléctricos. En 1887, el físico alemán Heinrich Hertz puso en práctica la hasta entonces teoría - que las oscilaciones eléctricas de alta

frecuencia podían viajar y propagarse por el espacio-. A partir de ese momento Hertz entró a la historia de la radio con su apellido puesto en las ondas electromagnéticas u ondas hertzianas.

De igual manera, se pasó a denominar hertzio a la unidad básica que mide la frecuencia de las citadas ondas. Días y años corrieron y en 1897 Guillermo Marconi estableció comunicación telegráfica sin hilos. Cuarenta (40) meses después y en equipo - como se hace la radio - la humanidad saltó a la comunicación sin cables. Nació la radio y con ella, el mundo de las palabras que recrea escenarios y conquista la imaginación.

Muchos pasos se dieron para conseguir la comunicación inalámbrica y podríamos resumir diciendo que Volta, Ampère, Henry, Faraday, Maxwell, Morse, Marconi, Graham Bell y Hertz hicieron equipo – sin saberlo – para crear la comunicación sin cables.

En 1922 la radio comercial alzó sus micrófonos para emitir cuñas publicitarias y tras pocos meses programas.

RADIO EN COLOMBIA

El presidente Miguel Abadía Méndez inauguró en 1929 la primera radiodifusora en Colombia, llamada HJN. Unos meses más tarde nació La Voz de Barranquilla, la primera emisora del país.

En 1931 nació la primera emisora comercial del país. La HKF. A partir de ese momento se crearon las primeras leyes y normas que regulaban la radiodifusión sonora. Primero fueron los tambores, después, la humanidad saltó a los espejos y de allí - ahorrando largos pasos - a la telegrafía. Nació la radio.

Clasificación de la radio en Colombia

Según el texto las telecomunicaciones al servicio de los colombianos del Ministerio de Comunicaciones encontramos:

Atendiendo la forma de gestión:

Directa. A través de entidades publicas debidamente autorizadas.

Indirecta. A través de nacionales colombianos, comunidades organizadas o personas jurídicas debidamente constituidas en Colombia.

De acuerdo a la orientación de la programación

- Comercial
- De interés público
- Comunitaria

Radiodifusión comercial. Son emisoras de carácter privado. Sus ingresos provienen de la venta, pauta y arrendamiento de su tiempo al aire. Esta primera clasificación se divide en 3 categorías de acuerdo al contenido musical de sus franjas así: A, más musical que B y C.

La radiodifusión comercial se clasifica según su ubicación y población. A mayor número poblacional, será especial. De 2 a 5 millones de habitantes serán emisoras de primera categoría y de 100.000 habitantes o menos, serán emisoras comerciales de quinta categoría.

Emisoras de interés público. Son otorgadas a entidades estatales

A las fuerzas militares

Al Instituto Nacional de Radio y Televisión - INRAVISION.

Sus recursos en la mayoría de los casos se generan gracias a colaboraciones, aportes, donaciones y partidas presupuestales de entidades interesadas en fortalecer estos medios.

En resumen, son emisoras de carácter más institucional, sus temáticas tienen intenciones comunicativas que promueven intereses organizacionales.

Emisoras comunitarias. La ley permite que estas emisoras queden bajo la administración de comunidades organizadas. Sus recursos provienen del ejercicio creativo de la comunidad (bazares, rifas, bingos) y de la comercialización de espacios, patrocinios, arrendamientos, auspicios, colaboraciones y apoyos de instituciones no nacionales reconocidas en el país.

Su programación es muy participativa, plural y heterogénea. La radio comunitaria es el micrófono de la comunidad; en ella participa el médico, el estudiante, la señora de la tienda, el alcalde, la parroquia, en fin... es la radio en la que todos caben y no excluye.

VENTAJAS Y POSIBILIDADES DEL MEDIO

La nuestra, por ser una sociedad audiovisual, hace que la radio se vea relegada a segundos lugares. La televisión es el medio con mayor penetración en el mercado comunicativo y muestra lo que sucede. La televisión absorbe, mientras la radio desata.

Con la radio se lava, plancha, cocina, conduce, en fin... se acompaña. La radio cabe en todas partes, es económica, no requiere de cables, de visión, su soporte es el sonido (Uní sensorial); con energía o sin ella funciona, tiene un largo alcance. Pero en medio de tantas posibilidades, ella, pierde frente al audiovisual porque la sociedad actual rinde culto a la imagen y se cansa de escuchar.

Un minuto en radio mal logrado es un televisor encendido. La imagen es superior. La radio exige altos niveles de concentración. ¿Quién ve un partido de fútbol, una carrera de autos, una transmisión especial realizando otra actividad como lo permite la radio?

La televisión requiere de toda la atención. Se come frente al televisor con control en mano para no perder detalle. Así, la radio “pierde” frente a la televisión por ser fugaz, por exigir reiteración, por la ausencia del interlocutor y porque se está acostumbrado a oír y no a escuchar.

La radio ha dejado de ser descendiente de la soledad y debe estar alerta frente al discurso de la imagen.

¡El camino es largo y el esfuerzo debe ser cada vez mayor!

COMPONENTES DEL DISCURSO RADIAL

Más allá de memorizar estos componentes, está el verdadero reto de llevarlos a la realidad en cada producción radial.

La voz. La voz es el eje principal sobre el cual se soporta el discurso radial. Si bien es cierto, son cuatro (4) los componentes del discurso, la palabra es indispensable en la radio. El énfasis en las oraciones y la intención de lo que se comunica está definido por los componentes de la voz (tono, ritmo, volumen, etc).

La voz tiene un significado especial dependiendo del manejo y la intención comunicativa que se le imprima a cada palabra. Los discursos “acalorados” tienen una mayor velocidad que los reflexivos. Un llamado de atención se mide no sólo por lo que se dice, sino por cómo se dice. Tono, ritmo, velocidad, fuerza. Piense en una discusión. ¿Cuál es el tono, el volumen y velocidad en la voz?

Ahora, en un momento de reflexión, una situación de perdón. ¿Qué pasó con los componentes anteriores? Recuerde una situación de alegría Vs tristeza. ¿Cuál de las dos propone una mayor rapidez y fuerza?

Como productor de radio, no se debe perder de “vista” este componente sonoro no sólo como la acción de pronunciar palabras, sino la forma como las pronuncia. Al saludar, hacerlo con alegría, con ánimo. Hacer especial énfasis en lo más importante de la intervención. Acompañar de silencios las palabras. En últimas, evitar un discurso plano, monótono, sin inflexiones de voz.

No olvidar, que al hablar de la palabra en radio, se habla de imágenes. Palabras que crean imágenes. La palabra radiofónica no es hablar. No. En los programas se pueden crear imágenes a través de recursos metafóricos, ejemplos, utilizando colores, describiendo objetos, narrando historias, exagerando, pintando escenarios.

Los efectos sonoros. Este componente corresponde a la producción. Sirve para describir ambientes, lugares, sabores, aromas y colores. El sonido y las condiciones en que una señora cruza la calle no sería contado más gráficamente que a través de los sonidos registrados en la escena. Pitos, carros, vendedores. Como productor, debe recordar que todo aquello que no fortalezca la intención comunicativa pasará de ser efecto a ruido. Por ejemplo, golpe al micrófono, golpe a la mesa, caída de un objeto.

Funciones del efecto

- Decora el discurso hablado.
- Crea escenografías.
- Ambienta lo que está pasando.
- Es expresivo cuando reemplaza palabras.
- Ornamental, cuando da color a la escena.

El silencio. Para muchos, este no forma parte de los componentes del discurso radial. Sin embargo, el silencio es capaz de expresar, retratar, narrar y describir distintos escenarios y ambientes. ¿Que sería de una confesión sin los silencios que permite la meditación? ¿Cómo retratar un pensamiento profundo sin un momento de silencio? El silencio comunica. Fortalece la intención comunicativa cuando es construido y no cuando accidentalmente se presenta generando un ruido. Si es diseñado para fortalecer la intención de lo que se quiere narrar se llama silencio. Si no lo hace, si no suma, entonces, se llama ruido.

Según la tipología de Bruneau podemos clasificar el silencio en dos categorías:

Silencio psicolingüístico: Puede a su vez ser rápido o de duración débil o lento o de larga duración.

Silencio interactivo: Se refiere a pausas intencionadas en cualquier interacción verbal comunicativa.

Otras estructuras podrían ser: Silencio narrativo, descriptivo, rítmico. Silencio como recurso expresivo, como pausa, error o reflexivo.

Como productor, ¿en qué momentos utiliza este componente de la radio? El silencio se puede aplicar a cualquier formato. Escuche su programa, escuche los silencios que dentro de él se producen y en una autocrítica describa cuáles apoyan lo que está diciendo y cuáles son ruido. Anotarlos y corregirlos. Si no se producen silencios en su programa, este podría ser un buen momento para empezar a hacerlo.

La música. Al caer la década del 50, la radio encontró en la música un nuevo elemento. Las emisoras empezaron a emitir piezas musicales que salían de las

grandes salas de recitales para quedarse en las estaciones de radio. Con esta llegada, la radio entró a miles de hogares para acompañar con canciones la cotidianidad. Aún hoy, la FM se vale de esta herramienta para vender sus mensajes a públicos de todos los estratos. De hecho, la FM que hoy conocemos tiene un alto contenido musical.

La música no sólo se utilizó como suma de canciones que entretenían a la audiencia. Este complemento formó parte de cabezotes, aperturas y cierres de series radiales y audiovisuales, entradas de novelas, momentos de suspenso, terror, alegría, acercamientos pasionales, momentos de humor y un inenarrable número de puestas en escena que provocan a la imaginación.

La música puede cumplir funciones que indican comportamientos personales (malo, bueno), descripciones de escenarios (terror, oscuridad), cierres, entradas (cabezotes) o reflexión.

Tipos de inserciones musicales

- Identificación.
- Introducción.
- Cierre musical.
- Puente musical.
- Ráfaga.
- Tema musical.
- El productor de radio no deja piezas sueltas en la elaboración de programas.
- Musicalizar no quiere decir rellenar, endulzar el programa con cortinas o cortinillas sin sentido.
- La música debe acompañar la temática del programa, debe aportar información y nuevas miradas sobre el tema a través de este recurso universal sin importar el idioma, género o estilo musical.

- El productor de radio organizado no llega a último momento a dar la orden de “poner cualquier canción”.
- Toda herramienta sonora debe acompañar la intención del programa.
- No deje nada al azar.
- Piense en el cine, la televisión o la radio misma.
- Recuerde escenas que con la sola música transportan al receptor. Misión Imposible, la Pantera Rosa, el Chavo del Ocho, las entradas de los noticieros, en fin... un componente que usted debe aprovechar al máximo para el máximo gusto de sus oyentes.

LA EMISIÓN RADIOFÓNICA

Es la transmisión a distancia de sonido a través de ondas hertzianas o radioeléctricas.

Equipos de alta y baja frecuencia.

El primer grupo lo integran todos aquellos aparatos que generan, captan y manejan la señal (el sonido) la cual posteriormente va a ser transmitida. Así, los micrófonos, lectores de disco compacto, grabadoras, reproductores de mp3, Minidisk... son equipos de baja frecuencia.

El segundo grupo (alta frecuencia) lo componen todos aquellos aparatos transmisores que son capaces de modular y transmitir la señal emitida en forma de ondas electromagnéticas que viajan por el espacio. Ejemplo: Transmisor, excitador, antena de banda ancha, monitor de modulación, frecuencímetro.

La modulación: AM y FM.

Los impactos generados desde los equipos de baja frecuencia carecen de un mecanismo que les de la fuerza por si mismos de llegar a largas distancias. De ahí, la necesidad de dar un paso al frente para que lo que se diga desde "aquí" pueda ser escuchado en buses, veredas, parques, etc. y esto se logra, con la modulación de la señal. Esta modulación la ejercen los equipos de alta frecuencia, que permiten que lo que se dice en estudio, viaje a través de las ondas electromagnéticas desde una antena que emite hasta una antena receptora.

A diferencia de la emisión en AM, la banda FM, tiene un alcance mucho más reducido, aunque ofrece una fidelidad de transmisión mucho más alta. Además, la FM permite incluso emisiones estereofónicas aportando, si cabe, más calidad a la emisión.

El control de audio.

En el control de audio se habilitan los micrófonos y se emite la señal bien sea en vivo o pre-grabada. Esta sala suele estar claramente separada de los demás ambientes de la emisora. Desde allí se tiene un contacto con quien maneja la consola, la música, salida a comerciales, micrófonos, etc. Suele ser insonorizado y con una acústica que como su definición permite pensar, absorbe y reduce la reflexión del sonido y aísla ruidos. Una buena acústica evitará las resonancias y reverberaciones en el sonido.

Finalmente, la cabina suele tener aire acondicionado, teléfonos, una mesa para ubicación de guiones o material de apoyo.

1. El Control de sonido, formado por: Realizador. Montadores musicales. Encargados de efectos especiales.

2. Equipo de locución, formado por: Presentadores. Locutores. Actrices y actores. Al igual que todos los miembros del equipo que intervengan ante el micrófono.
3. Equipo de producción, formado por: Productores. Secretarios. Telefonistas. Recepcionistas.
4. Equipo de redacción, formado por: Guionistas. Programadores musicales. Reporteros. Redactores de mesa. Colaboradores. Documentalistas.

ESTRUCTURA DE UN PROGRAMA RADIAL.

No hay una norma establecida que permita decir de tal o cual manera se estructura un programa radial y menos aún hoy, cuando la creatividad del radialista sobrepasa la imaginación y las barreras han pasado de ser físicas a mentales.

La imaginación, elemento clave para el discurso radial, abre múltiples posibilidades para el encuentro diario con el oyente. Entonces, lo mejor es pensar en una estructura flexible, con diversas formas de iniciar el programa, diferentes saludos y cierres, recursos, formas de abordar al oyente, recibir o despedir la intervención telefónica, enviar a comerciales, presentar canciones, etc.

La estructura no es una camisa de fuerza; es la posibilidad de tener pre-establecido el trabajo a realizar. La estructura grafica el programa, ubica en el manejo de recursos, un mejor uso del tiempo al aire, etc.

Cualquiera que sea el formato requiere una alta dosis de imaginación. No es aconsejable atar un programa a una estructura porque simplemente si. Hay que atarlo a la posibilidad del cambio. ¡Lo que no cambia no es susceptible de mejorar!

Hechas las aclaraciones anteriores, se presentan algunos lineamientos básicos, estructuras y lenguaje que cualquier radialista debería conocer².

Un programa- cualquiera que sea – suele tener Inicio, nudo y desenlace.

Los inicios más comunes, suelen dar su primer paso desde el cabezote.

1. Cabezote: El cabezote no se hace en directo. Es un trabajo de 15 o 20 segundos hecho cuidadosamente. La música, la locución y los efectos no son puestos al azar. Este puede ser un trabajo dispendioso, pero, vale la pena, pues será lo primero que escuchen sus oyentes y de él, dependerá gran parte de la decisión de si se quedan, cambian o en el peor de los casos apagan el radio. En su contenido, el productor de manera ágil y en corto tiempo presenta una mirada general del espacio radial, de tal forma que el oyente sepa que tipo de producción está a punto de empezar. El cabezote suele mencionar el nombre del programa, horarios de emisión, el medio de comunicación a través del cual se emite, y en ocasiones el nombre del director o conductor. Para el caso de las series radiales, se identifica el capítulo y productor.

Saludo inicial: Que difícil escuchar nuevas formas de saludar! Existen programas con 8, 10 o más meses al aire, y los oyentes deben soportar la repetición de la repetidora. Para la muestra... Buenos días amigos oyentes, amable audiencia, queridos amigos, que gusto que estén con nosotros, hoy con un programa muy especial, con invitados muy especiales, estamos seguros el programa será de su agrado, que bueno que nos acompañen... en fin, un discurso masticado que perdió la dulzura de la imaginación. A veces, el tiempo no permite generar una

² formatos radiofónicos de pags...70 – 82) Radio Escolar. .editorial Paulinas....Alma Montoya.

nueva forma de pensamiento, un cambio de palabras, una entrada que vincule dos o tres componentes del discurso radial.

¡La imaginación en radio no se puede marchitar! Debe florecer como una posibilidad distinta a entrar con una cortina y locutor que repite, que se hace eterno con las mismas palabras, tono, ritmo, en fin...

Recurso sonoro: suele utilizarse para refrescar el programa de la oralidad que le es propia a la radio, pero de la cual se suele abusar. El recurso sonoro constituye un descanso para el oyente y un deseo de querer seguir escuchando.

2. Desarrollo de la temática: Hay locutores que estiran las palabras, le dan miles de vueltas a las ideas y por eso, siempre se quejan de que el tiempo no les alcanza. Valdría la pena escuchar el programa emitido y revisar que tan directo ha sido y si sus opiniones son retomadas más adelante pero con otras palabras. Es decir, verificar cuan repetitivo ha sido.

3. Despedida o cierre: al igual que la entrada, también puede hacerse de manera distinta al simplismo de... hasta una próxima emisión, hasta la próxima semana, gracias por habernos acompañado, etc, etc.

Taller

Saludos en radio...

Escuche 5 emisoras. Deje por escrito la forma como los locutores suelen saludar y tome los tiempos que estos le dedican a cada saludo. Por favor, sea riguroso y hágalo al pie de la letra. Seleccione emisoras locales, nacionales o internacionales. Ahora, examine sus formas y fondos, (qué dicen y cómo lo dicen) los usos del lenguaje y la creatividad que estas tienen.

En grupos de 3 personas escuchen las muestras seleccionadas. Del total de las 15 muestras (5 por participante), seleccione las que más llamen su atención.

Ahora el grupo abre la discusión sobre estas entradas y sugiere otras posibles. El ejercicio consiste en tomar 3 programas y rehacer sus entradas.

Recuerde que se debe respetar el contexto del programa, estilo, género, etc. Muchos de esos programas podrían iniciar con una frase, una historieta, un microprograma, un testimonio, un par de entrevistas, alguna canción con mensaje alusivo al tema, una cuña radiofónica, un mensaje institucional, una serie; es decir, recuerde que no siempre tiene que ser la voz lo primero que se escuche terminado el cabezote.

Géneros y formatos.

Entendemos por **género radial**, la globalidad, una suma de ideas presentadas desde características similares en el modo de contar. Los más comunes, en el medio, podrían ser géneros musicales, narrativos, informativos, dramáticos y de opinión.

El **formato** es un dependiente del género. El formato tiene estrecha relación con las formas y características con que se trabaja el género. Es una estructura. Los formatos responden a los componentes del lenguaje radial anteriormente repasados. Responden a la locución, intención del conductor, manejo de contenidos y formas de hacer la radio.

Formatos radiales

Existen diferentes formatos y cada uno de ellos cuenta con sus particulares características. Se mencionarán sólo algunos de ellos y se hará especial énfasis en la entrevista por ser frecuentemente empleada en programas locales.

1. Los que expresan la realidad de la que informan. Su principal característica es que son altamente subjetivos. Hacen valoraciones personales de los hechos. Allí están:

- Editorial.
- Comentario.
- Crítica.
- Crónica.

2. Los expositivos, se caracterizan por la objetividad en el tratamiento temático

- La noticia.
- Reportaje.
- Reportaje de investigación.
- Informe periodístico.

3. Los de confrontación.

- Encuesta.
- Rueda de prensa.

- Mesa redonda.
- Debate.
- Tertulia.

Otros formatos:

- La charla que puede ser expositiva, creativa, testimonial o ilustrada.
- La nota crónica.
- El comentario.
- El radio periódico.
- El magazín.
- El foro.
- La dramatización.
- La serie radial.
- Radiodrama.
- Avance informativo.
- Artículo radiofónico.
- Cuento.
- Editorial.
- Ensayo.
- Monólogo, etc.

La entrevista.

Suele ser una conversación con alguien que tiene o comporta información interesante por contar.

Desde este encuentro comunicativo se establece un intercambio desde preguntas y respuestas.

La entrevista se clasifica en tres tipos: de perfil (semblanza o personaje), de opinión y de información (actualidad).

Recomendaciones:

Antes de la entrevista.

- Preparar al entrevistado.
- Preguntar los temas que le incomodan.
- Verificar de qué tiempo dispone y advertir de la brevedad de las respuestas.
- Tener presente el nombre completo del entrevistado, su profesión, oficio y cargo.
- Si se utilizan elementos técnicos para la realización de la entrevista (micrófonos, grabadoras, etc.) recordar su uso correcto.

Para el entrevistador.

- Conservar la profundidad periodística, el entrevistado está allí para ser consultado. Para eso fue invitado. Pregunte.
- No permitir que el entrevistado manipule el cuestionario de preguntas, respondiendo de acuerdo a su conveniencia.
- Aclarar la función del periodista y del entrevistado.
- Escuchar al interlocutor.
- Evitar el tuteo y el voseo en el momento de iniciar y mantener los diálogos.
- Ponerse en el lugar del otro al preguntar.
- Saber interrumpir.
- No confundir al entrevistado. Ser breve al preguntar. Evitar las amplias argumentaciones a las preguntas.
- Conocer el objetivo del diálogo.
- No hacer preguntas con respuestas en monosílabo (sí, no).
- No hacer varias preguntas a la vez.

- Verificar que las preguntas hayan sido respondidas adecuadamente.
- Preparar las preguntas pero no ceñirse rigurosamente a ellas.
- Tener claro que se quiere saber del entrevistado.
- Estar atentos al qué, quién, cómo, cuándo, dónde.
- No dejar al público con más inquietudes que las que tenía.
- Mantener la neutralidad. No emitir opiniones personales. El entrevistado es él y no usted. Actué con prudencia.
- Dar buen trato al entrevistado. No ridiculizarlo, humillarlo, enjuiciarlo.
- Que las opiniones y comentarios queden claros para el oyente.
- Abordar los temas delicados con prudencia y tacto.
- Respetar las opiniones.
- Ser espontáneo y claro.
- No adoptar actitudes de suficiencia.
- Procurar ejemplos, anécdotas.
- Escuchar atentamente para no repetir preguntas.
- No hacer preguntas demasiado amplias o generales.
- Procurar que se diga lo importante, básico y central del tema.
- Ser sobrio. No lucirse.
- Preparar previamente. Consultar, documentarse, recoger información.
- Advertir si se van a preguntar fechas, cifras.
- Tener a mano papel y lápiz.
- Resumir para el oyente. Subrayar.
- Evitar las entrevistas con muchas preguntas o muchas de ellas desordenadas.
- Procurar que los invitados estén en vivo y en directo en el estudio.
- No adular al entrevistado, ni abusar de su confianza.
- Evitar baches, saltos abruptos.
- Tener cuidado con ruidos sorpresa como el aire, ventiladores, micrófonos, mesas.

- Guardar material de consulta.
- Grabar sonido ambiente si se está en exteriores.

PLANOS RADIOFÓNICOS.

Los planos determinan la situación en la que se presentan los distintos sonidos emitidos en un programa de radio y a su vez, fortalecen la intención comunicativa de lo que se quiere decir. Estos planos hacen parte de la trama de la historia, de los momentos más importantes de la escena y fortalecen la participación de actores, momentos críticos, etc.

El plano no sólo hace relación a la voz, sino a los efectos, la música y todo lo que se registre en la producción radiofónica.

Eje. Un partido de fútbol en un estadio. ¿Cuántos sonidos se producen cerca a usted? Y ¿cuáles a mayor distancia? Para usted sonará más fuerte la voz de quien está a su lado, el grito de la barra cercana, el vendedor de gaseosa, helados, paletas; pero poco a poco, los sonidos se escucharán en un plano más lejano (segundo o tercer plano). El pito del árbitro, el contacto de los jugadores con el balón, el tambor de la hinchada de una tribuna, en fin... se registran sonidos en la escena desde diferentes planos o distancias.

Para el caso de los programas de radio, valdría la pena preguntar si considera la importancia de este lenguaje y en que momento lo lleva a la práctica.

Desde aquí, se recomienda hacer un listado de las posibilidades narrativas que le aportaría a su programa el uso de los planos sonoros. No importa cual sea el formato del programa. Escúchelo, tómese el tiempo de imaginar como introducir este lenguaje en el formato y evidenciará una mayor riqueza en la estructura sonora de ese esfuerzo que hoy está llamado a mejorar.

Finalmente, recordar a quienes como iniciados se lanzan al género del dramatizado, que el plano sonoro es factor determinante para lograr mayor credibilidad en las escenas expuestas en el guión. Sin este elemento, resultaría “irreal” o pobre, cualquier intento de puesta en escena.

Algunos planos podrían ser:

- Planos espaciales de narración. Hacen relación al lugar en el que se producen los hechos.
- Planos de presencia. Allí se destaca la presencia del sonido en relación al plano principal.
- Planos temporales de narración. Ubica el tiempo en el que se produce las acciones. Pasado, presente, etc.

EL LOCUTOR.

¿Quién no ha dicho en su vida, Nooo... yo no sirvo para hablar en radio? Tengo una voz terrible. Pues no. Cuando se habla de locución, no necesariamente se habla de una voz fuerte o bonita. Hablar por radio requiere claridad. Que se hable de manera correcta, entregar palabras completas, tener seguridad y serenidad en lo que se dice.

Ejercicio: Para conocer el registro de su voz grabe un piloto de radio. Detecte las muletillas, titubeos, velocidad, dicción, pronunciación. Escúchese. Corrija deficiencias y siga adelante para convertirse en un gran locutor.

Acostúmbrese a leer en voz alta; hágalo sentado, de pie. Practicar. Saque del diccionario personal palabras como tonces, por entonces, liberta por libertad, odsido por oxido.

Ahora, algunos conceptos de este capítulo desde la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente. División Comunicación Social.

La voz.

“Definición: la voz es el sonido que emite el aire al salir desde los pulmones hasta la laringe, haciendo vibrar las cuerdas vocales. La voz es sonido, por lo tanto tiene las mismas características de éste.

Tono: es el grado de elevación de la voz. A mayor frecuencia, el sonido se hace más alto o agudo y, a menor frecuencia, las voces se hacen cada vez más bajas o graves. Las voces humanas se clasifican según su tono: graves, medias y bajas; lo cual se determina por la longitud de la laringe y las cuerdas vocales.

Timbre: es la personalidad del sonido, es lo que diferencia las voces entre sí.

Ejercicios de respiración

Lo primero es la sugerencia de cambiar la idea de no tengo buena voz por no sé respirar correctamente. El aire es la materia prima de la fonación.

La única solución a estas deficiencias está en aprender a respirar correctamente.

La respiración correcta se denomina diafragmática, porque depositando el aire en el abdomen se logra que el músculo del diafragma sea el soporte y la catapulta del aire que hará vibrar sus cuerdas vocales. Aspire profundamente y mida el tiempo que puede leer hasta necesitar aire nuevamente, o, también, prolongue una vocal (Ej. aaaaaaaaaa...) y cronometre su duración hasta que se quede sin aire. Probablemente serán 10, 15 o 20 segundos los que duró el aire.

Esto quiere decir que no entró suficiente aire porque no se ha acostumbrado al reservorio (músculos abdominales y pulmones), a acumularlo. A esta falta de costumbre o de ejercicio, se debe que cuando se aspira profundamente en un campo abierto se tenga la sensación de ahogo.

Y si desea una autoevaluación diaria, pruebe con este ejercicio: respire y diga: "Gracias a mi gallina ponedora, los huevitos no me faltan. Diariamente tengo uno, tengo dos, tengo tres, tengo cuatro, tengo (así, continúe hasta que le alcance la respiración). El éxito estará en que cada día tenga más huevos... Esa será la mejor prueba de que está respirando más y mejor.

La única verdad es que los músculos faciales no están bien entrenados para articular correctamente los sonidos. Faltó concentración.

Ejercicios de modulación

- Tome una poesía e interprétela: (decirla con sentimiento).
- Inspirarse y recitar un poema con las inflexiones de voz necesarias para captar su mensaje.
- Seguidamente, volverlo a leer; pero, esta vez, alterando el volumen de la voz: también hacerlo con canciones”.

Sugerencias para una buena lectura radial

- No leer sino conversar.
- Observar la puntuación gramatical y tener en cuenta la puntuación radiofónica.
- Convicción. Creer en lo que se lee.
- Leer con naturalidad. Sin engole.
- Separar los ojos del texto.
- Mirar al interlocutor.
- Transmitir entusiasmo.
- Enfatizar ideas o palabras importantes.
- Acentuar correctamente las palabras.
- Ritmo: no todos los textos se leen igual.
- Si razona, hágalo despacio.
- Si exhorta rápido

- Saber pausar.
- Tener serenidad.
- Preparar las lecturas.
- Ser directos. No divagar, ni ir por las ramas.
- Aprender a usar sinónimos.
- No caer en la afectación.
- Aprender a respirar bien.
- Vocalizar bien.
- No imitar a otros.
- No decir su nombre constantemente.
- Dirigirse a los oyentes como amigos.
- Dejar problemas personales fuera del estudio.
- Gesticular ante el micrófono, pero no mover la cabeza.
- Evitar la cursilería y vocablos regionales.
- Cambiar a menudo el tono de la voz.
- Saludar en plural.
- Descubrir muletillas y corregirlas.

EL GUIÓN

Los cimientos de un programa radial están en el guión. Para muchos, es una suma de renglones que amarran y le quitan la respiración; la libertad frente a la improvisación. Para otros, es una obligación. Un radialista serio y responsable con su profesión, se inclinaría por esta última.

El guión es el cimiento sobre el que se construye una buena propuesta radiofónica. Allí, el papel grafica la historia, la manera como se contará, la estructura, los tiempos, el lenguaje, los efectos, la música, los silencios, el tono de la voz, en fin... es el alma de un programa seriamente pensado.

Este escrito retrata la idea central del trabajo a realizar. Por tanto, requiere de una identificación plena del mensaje a entregar. El público al que estará dirigido el mensaje, horarios de emisión, duración y clase de emisora. Todo esto como una información inicial para sentarse a escribir lo que más tarde se convertirá en un mensaje sonoro.

Guión

	Texto	T	Recurso
Control	Entra cabezote	15 seg	Pre-grabado
Control	Sube música	5 seg	Corte 3 del cd. Sólo. Juanes
Locutor 1	Son las 12 de la noche. La lluvia cae, las brujas salen; en los corredores asustan y ahora, alguien se meterá en tu cobija.	5 seg	
Control	Efecto de rayo.	2 seg	Corte 3 del cd. Efectos.
Locutor 2	Bienvenidos a la cartilla. El viaje de los abuelos a través del tiempo. En la tenebrosa noche de hoy... La patasola.	10 seg	
Control	Efecto de niños que corren y gritan	5 seg	Corte 26 del cd Efectos.
Locutor 1	El ser más terrible, sanguinario y endemoniado que perturbó jamás las mentes campesinas fue la Patasola; imperaba este mito en las montañas vírgenes, donde no se oía el canto del gallo ni el ladrido del perro.	15 seg	
Locutor 2	Este personaje es casi considerado como una fiera o monstruo que tiene el poder de metamorfosearse a su antojo.	5 seg	
Control	Suena el teléfono	4 seg	Corte 7 del cd Efectos.
Locutor 1	Buenas noches, quien está en la línea...	5 seg	
Control	Entra llamada telefónica. Hola, soy Mónica.	5 seg	
Locutor 1	Mónica. Qué encuentro has tenido con la Patasola. Qué sabes...	10 seg	

Mónica	Algunos dicen haberla visto como una mujer hermosísima que da grandes saltos para poder avanzar con la única pata que tiene.	15 seg	
Locutor 2	Mónica, La leyenda reza que la Patasola fue una mujer muy bella, codiciada por todos, pero perversa y cruel. Andaba y andaba haciendo males con su hermosura pervertida. Para acabar con su dañino libertinaje, y en horrendo castigo, le amputaron una pierna con un hacha, y el miembro fue luego quemado en una hoguera hecha con tusas de maíz.	20 seg	
Control	Efecto de hoguera y niños que gritan y corren horrorizados.	5 seg	Corte 22 del cd Efectos.
Locutor 2	Hagamos una pausa. Pero antes, revisa bajo tu cama... uno nunca sabe...		
Control	Efecto de rayo que estremece el estudio y la radio.	3 seg	Corte 7 del cd Efectos.

LENGUAJE CORPORAL.

Encuentro en la cabina de radio.

- Se consideran más cercanas las personas que miran a su interlocutor, hacerlo de manera amable.
- Mirar poco puede ser signo de timidez o falta de seguridad en lo que dice.
- La mirada acompaña las conversaciones y anima a la otra persona a comunicarse.
- Mirar a los ojos cuando se habla hace que el discurso sea más convincente.
- Levantar las cejas puede significar sorpresa y el fruncimiento de ellas falta de comprensión, sorpresa o disgusto.
- La sonrisa casi siempre denota cercanía, suaviza las tensiones y facilita la comunicación.

- Los ojos reflejan el estado interior.
- Los movimientos de los ojos desarrollan una función muy importante en el transcurso de la interacción social. Algunos autores hablan de la dirección “dirección de la mirada”, “el movimiento de los ojos” o el “contacto visual”.
- La comunicación visual compromete al receptor, es un componente de intimidad, además de la proximidad física, el tono de voz y la expresión sonriente del rostro:
- Se mira la gente para hacerla partícipe.
- No tomar el micrófono en la mano o jugar con el cable.
- Sonreír es un gesto universal agradable. Hágalo.

Posturas

- La persona que domina el lenguaje silente del cuerpo controla los movimientos inconscientes que puede hacer mientras habla.
- Aunque sea silenciosa la postura corporal con sus mensajes concientes o inconscientes está transmitiendo algo y la interpretación depende del interlocutor.
- Frotarse las manos: impaciencia.
- Golpear ligeramente los dedos: Impaciencia.
- Cruzar los brazos denota actitud defensiva.
- Sea natural, no se notará.

Lenguaje corporal.

“Si se analiza el lenguaje corporal cotidiano se encuentran varios tipos de gestos:

- **Emblema:** gesto por el que se interpreta. Hay emblemas específicos de cada cultura pero también existen universales.
- **Reguladores:** representan un papel muy importante en la comunicación. Se emplean para que el otro ceda la palabra, vaya más rápido etc.

- **Ilustradores:** van unidos a la comunicación verbal y sirven para resaltar las palabras.
- **Adaptadores:** gestos que se utilizan para controlar o manejar sentimientos en una situación determinada (normalmente en situaciones de tensión para controlarse). Los humanos, condicionados por los actos del habla, olvidamos la importancia del lenguaje no verbal, el cual, para los animales es vehículo fundamental en su comunicación.

*El lenguaje corporal. Joseph Guardiola.

Normas del lenguaje radial.

- No emplear palabras homófonas: casa, caza, cirio, sirio, etc.
- Palabras o modismos que en parte signifiquen distinto (doble sentido)
- Las palabras vulgares, del bajo mundo, se deben reemplazar: no decir cuchillo, navaja, sino arma blanca; no decir rifle, escopeta, sino arma de fuego
- Se debe hablar en presente.
- Aclarar términos raros, técnicos, etc.
- No utilizar términos despectivos: sirvienta, vieja, limosnera.
- No hablar ni muy rápido o muy despacio.
- No adjetivar demasiado.
- No usar muletillas.
- No hablar en primera persona.
- Explicar las siglas.

TRANSMISIONES EN DIRECTO.

Cuantos miedos nos acompañan al momento de enfrentar el primer directo... Todo lo planeado se puede venir atrás por detalles simples. La práctica, la experiencia y la repetición de este trabajo en diferentes escenarios hacen verdaderos maestros en estas artes que siempre tendrán algo nuevo que ofrecer. Sin embargo, la

experiencia juega a favor del radialista y su creatividad le sacará de apuros. Presentamos algunas recomendaciones para no ser sorprendido por detalles mínimos que pueden ocasionar el máximo daño a la transmisión.

En lo técnico

- Considerar el uso de líneas telefónicas sin temporizador
- Que el punto de ubicación central esté cerca a tomas eléctricas, pero lejos de la amplificación del sonido que proporciona el lugar
- Proveerse de suficientes extensiones, cables, conectores, reductores, tijeras, alicates, linternas, fósforos, cuchillas
- Preguntar lo referente al sonido a la persona encargada del lugar. No buscar terceros. Hablar con quien puede generar respuestas y tomar decisiones inmediatas
- Proveerse de micrófonos inalámbricos para lograr una mejor descripción del lugar gracias al desplazamiento que este permite
- Llegar temprano. Preferiblemente una hora antes y realizar todas las pruebas de sonido que sean necesarias
- Recorrer el lugar. Buscar los puntos muertos para los micrófonos, los lugares de mayor y menor concentración de personas y los puntos de amplificación.
- Hacer una revisión de los equipos que se van a utilizar. De nada sirve una gran maleta con un montón de chatarra
- Coordinar el uso de los pre-grabados
- Coordinar invitados
- Hacer un guión de la transmisión
- Portar libreta, papel y lápiz
- Tener un contacto cercano con el coordinador de piso de la transmisión
- En cuanto a la logística, proveerse con tiempo de mesas, sillas, plásticos, sombrillas, carpas. Nunca se sabe cuando el clima obligue a cubrir equipos, hacer traslado, etc.

- Llevar ropa cómoda. Preferiblemente tenis y chalecos que identifiquen la emisora
- Definir funciones de los participantes en el directo
- Conocer del tema y estar suficientemente documentado
- Tener un plan B para caídas de la llamada, apagones, etc. En este caso, grabe lo que está ocurriendo y al llegar la energía, transmita lo más importante para los oyentes, advierta si, que el fluido eléctrico se perdió, pero que retransmiten lo ocurrido en ese momento
- Ubicarse en un lugar estratégico que permita visualizar todo el escenario. En este caso, siempre será mejor la discreción. El protagonista del evento no es usted
- Proveer audífonos que faciliten “retorno” para todos los participantes del directo
- Ser puntual en el inicio de la transmisión. El evento podrá retrasarse y usted tendrá que esperar. Pero si usted se retrasa, el evento no esperara por usted. - Sea puntual.
- Grabar sonido ambiente.
- Ubicarse en un sector en el que la gente no afecte su retorno
- El tiempo en radio es sagrado. Recuerde que la transmisión en la mayoría de los casos tiene compromisos comerciales.

Algunos tipos de descripciones para los directos:

- **Topográfica.** El locutor describe el lugar; si es abierto o cerrado. La ubicación y tipo de sillas, bancas, si el espacio es largo, corto, su capacidad, si quien habla se encuentra ubicado en la parte alta, baja, al norte o en una tarima. También, se informa sobre el número de asistentes y sus características: tipo de vestido, colores, etc.
- **Climatológica.** El locutor describe la temperatura, olores, y sonidos. Además, el conocimiento de este ambiente permite establecer planes de emergencia por lluvias, alto calor, etc.

- **Histórica.** Proporciona datos del lugar, del acontecimiento, descripciones arquitectónicas, biográficas y exige el uso de un lenguaje preciso, técnico.
- **Ilustrativa:** proporcionar información sobre cada uno de los pasos que se viven en la celebración, la actividad, la procesión, la marcha, etc.

Para quienes se inician como productores:

- Antes de preocuparse por la voz, la música, los efectos o el formato, preocuparse por dominar los nervios.
- Tomar distancia de los problemas con los que se llega a la emisora. Una vez se esté frente al micrófono, concentrarse en lo que se va a decir y en como se dirá. Dejar los problemas personales tras la puerta de emisión
- La radio es oral. Sin embargo, el público se aburre de un discurso largo, sin pasiones, melancólico, etc. Procurar hablar no más de 2 minutos. Ceder la palabra, hacer énfasis con una canción, subir la cortina, etc.
- En cuanto a la lectura. Es mejor hablar para el oyente, que leer de manera fría. No aburrir a los oyentes con lecturas que ni siquiera dicen nada a quien realiza el programa. Además, si se hace, procurar usar correctamente los signos de puntuación
- Organizar la participación. No dar vueltas, no hablar en círculos, no repetir palabras, ser preciso y conciso
- En términos generales, la gente suele cambiar su forma de hablar cuando está frente al micrófono. No renuncie a su personalidad. Siga siendo usted mismo.
- No imitar a otros o hacer impostaciones de voz. Recuperar la naturalidad, la frescura de las palabras.
- No buscar términos que no se manejen y no quiera impresionar a los demás. No lucirse, comuniqué.

“No renuncie a su personalidad”

¿Está aburrido con el programa que produce? Bueno... que dirán sus oyentes.

¿Cómo se sentirán? Por justicia...

¡Cambie!

- Procurar un lenguaje adecuado al público al que está dirigido el programa. No rebuscar palabras que los jóvenes no entiendan o utilizar palabras de adultos para un público infantil. El niño que habla como un adulto, ya ha perdido parte de su ser infantil
- Entregar cifras redondas y porcentajes globales
- No basta con que se tenga un guión bien definido. Hará falta pasar lo escrito a lo oral con un lenguaje colorido, dinámico y creativo. Adiós a más de lo mismo
- Utilizar la música como un elemento de enganche para los programas y ubicar las cortinas en los momentos más importantes del mismo
- El productor de radio suele contentarse con 10 o 20 llamadas a su programa. Pero... que significa este número en medio de dos millones (2.000.000) de habitantes?
- Salir de la rutina. Utilizar nuevas voces, formatos, entrevistas, opiniones, música, efectos y miradas sobre la realidad que acompaña a la comunidad, vereda o ciudad

La edición

- Es el último de los tres procesos por los que debe pasar un producto radiofónico. Hecha la pre-producción y la producción, el radialista aborda este tercer aspecto, que suele realizarse de manera especial en los programas pre-grabados. Sin embargo, se conocen experiencias de directos que introducen en las transmisiones piezas que han sido producidas y editadas con anterioridad.
- Las posibilidades técnicas han alejado cartucheras y equipos que ahora descansan en el pasado. La computadora, con múltiples posibilidades sacude los años y presenta un ejercicio digital lleno de recursos.

- Editar es tomar los componentes de la radio y articularlos en una misma dirección que será, en últimas, el producto a emitir.
- El editor no es quien une piezas, pone música de cortina, inserta efectos y endulza el programa. No. El editor es un jefe de concepto. Un creativo. Es quien fortalece desde sus posibilidades humanas y técnicas lo que el director quiere decir.
- No es quien le pone musiquita a la voz.
- El editor bien podría ser el alma de un dramatizado, una serie radial o cualquiera de los espacios que requiere alto sentido del cómo, cuándo, y donde ubicar cada pieza.
- El editor entiende desde el oído. Su fuente creativa está en el sonido.
- Si es grabador, debe escuchar atentamente para corregir a quien está grabando.
- Depura el lenguaje, no permite errores, no filtra sonidos externos, orienta al locutor para que sea claro, diga palabras completas, tenga una correcta postura frente al micrófono.
- Le introduce en técnicas mínimas de grabación, conoce la composición del sonido, habla con claridad de saturación, remasterización, niveles de audio, en fin... No es quien le pone musiquita a la voz. Es un creativo de alto nivel.

SOSTENIBILIDAD DE LA RADIO.

Primera precisión. Sostenibilidad de un proyecto comunicativo no es igual a recursos económicos o luchas por mantener “viva” la emisora. Llenarla de monedas.

Así, la sostenibilidad de un medio pasa por tres escenarios. Sostenibilidad social, sostenibilidad institucional y sostenibilidad económica.

Sostenibilidad social.

- Tiene que ver con las relaciones que el medio establece con los públicos y miembros de la comunidad.
- El contacto del ciudadano con los contenidos.
- Las pertinencias temáticas.
- El respaldo de la audiencia.
- No sólo la distancia hasta donde llega, sino los contenidos con los que llega
- Apropiación o sentido de pertenencia con la propuesta comunicativa.
- Está relacionado con lo organizativo, con la cultura, las expresiones, los modos de ser.
- Cuando la audiencia se ve reflejada.
- Cuando la emisora está legitimada.
- Cuando su permanencia dependerá en gran medida por su público y no de la suma de monedas.
- Cuando hay preocupación y ocupación por afianzar el desarrollo de contenidos locales.
- Cuando es creíble.

La Sostenibilidad institucional.

- Hace relación a la institucionalidad del proyecto.
- Está unida al tema del ordenamiento legal. Normas, acuerdos, políticas de Estado
- Tiene cercana relación con los modos de actuar y relacionarse entre si.
- Es sostenible cuando hay transparencia en todo el proyecto comunicacional.
- Cuando se ocupa de la formación a productores y en general toda capacitación. Y al contemplar escenarios como la planificación y evaluación.

Sostenibilidad Económica.

Es la que quizá más se conoce y menos se tiene. Es la gestión que se realiza para favorecer el proyecto comunicativo con recursos que le permitan su permanencia en el dial.

¿Cuáles serían algunos mecanismos para participar en una emisora?

- Como oyente.
- Como pautante.
- Como fiscalizador.
- Como productor.
- Como promotor.
- Como generador de campañas a favor de la emisora.
- Como formador.

Cómo elaborar una propuesta radial.

Al presentar una petición a cualquier medio de comunicación sobre un programa que se quiera realizar, hay que cumplir con las exigencias del medio de comunicación. Sin embargo, estos son algunos pasos básicos para adelantar este procedimiento.

Desarrollar una propuesta por escrito que contenga: objetivo, justificación, guión, nombre del programa, horario de emisión, periodicidad, responsables del programa, público al que estará dirigido, estructura, posibles temáticas a trabajar en los primeros 2 meses y sostenibilidad económica.

Presupuesto mínimo

- Casetes.
- Baterías.
- Disco compacto.

- Transporte.
- Fotocopias.
- Papelería.
- Tiempo al aire.

Por cada 60 minutos, el realizador tendrá derecho a 15 minutos de comerciales.
Equipos mínimos para una emisora:

EQUIPOS DE TRANSMISIÓN:

• Transmisor – excitador	\$5.000.000
• Antena de banda ancha.	\$600.000
• Cable de ½ .	\$200.000
• Conectores para cable.	\$60.000
• Sub Total	\$5.860.000

EQUIPOS DE MEDICIÓN:

• Monitor de modulación.	\$2.000.000
• Frecuencímetro.	\$400.000
• Antena para frecuencímetro.	\$80.000
Sub. Total:	\$2.480.000

EQUIPOS DE ESTUDIO:

• Generador etéreo.	\$2.000.000
• Consola 6 canales.	\$3.000.000
• Reproductor de cd.	\$800.000
• Deck.	\$700.000
• Minidics.	\$600.000
• Audifonos.	\$190.000
• Micrófonos.	\$220.000

• Bases para micrófonos.	\$50.000
• Kit materiales de instalación.	\$200.000
Sub Total :	\$7.710.000

TORRE Y SISTEMAS DE TIERRA:

• Torre triangular en lámina	\$400.000
• Kit para transmisores	\$800.000
• Estabilizador	\$200.000
Sub Total:	\$1.400.000

OPCIONAL:

• Software para sistematizar la estación:	\$2.300.000
• Tarjeta de audio	\$1.200.000
Sub. Total:	\$3.500.000

TOTAL: \$19.690.000

Requisitos e inversión básica para sostener una emisora:

1. Tener aprobación del Ministerio de Comunicaciones sobre estudio técnico, estudio de Aeronáutica Civil.
2. Adquirir los equipos exigidos.
3. Efectuar pagos por uso del espectro electromagnético al Ministerio de Comunicaciones.
4. Pagos a Sayco y Acimpro.
5. Salario de trabajadores.
6. Pago de póliza.
7. Pagos por arrendamiento de locales y servicios públicos.
8. Imprevistos.
9. Papelería.

EL FUTURO DE LA RADIO

Alguien dijo, cuando llegó la televisión, que sería imposible que una caja con imágenes mantuviera sentada a una persona por más de 10 minutos. La sentencia era la de un medio de corto aliento, sin embargo, múltiples equívocos acompañaron esa tesis. Ahora, otros afirman días finales para la radio.

¿Qué decir?

Internet, el satélite, el software y las herramientas modernas hoy permiten decir que en cualquier lugar medianamente dotado se puede hacer radio. Con ello, la esquina más lejana del barrio más olvidado podrá servir como vehículo comunicativo al mundo. Desde un computador de características mínimas, cualquiera podrá lanzarse a la producción radial.

El futuro del medio pasa por lo tecnológico pero no muere allí. La radio está hecha de mensajes y mientras en el campo, la vereda, la cuadra, el barrio o la ciudad se restituya el valor de la palabra radial y asomen las buenas ideas, esa radio mas allá de morir, será el motor que impulse nuevas dinámicas sociales.

La radio si deja de ser atractiva desaparece. La radio si deja de ser motor de desarrollo social, desaparece. La radio si se separa de la comunidad dejará de existir. La radio si vive para la comercialización será una suma de monedas. La radio si se arrodilla ante la tv o la Internet, saldrá del mercado. Si permanece sentada viendo pasar los signos de los tiempos se la llevará el presente y la hundirá en el pasado.

Entonces, ¿hacia donde caminar? Pues, hacia una radio que satisfaga los deseos, necesidades y expectativas de sus oyentes. Desde aquí, vemos una radio más preocupada y ocupada por los contenidos. Una FM plural y musical pero con contenidos.

El cd, moverá los diales. El mp3 será una propia emisora y como ya lo vemos, el dj dejará de acompañarnos con disertaciones triviales y repeticiones en sus palabras con modos y estilos de presentar lo que ya conocemos. La FM como hoy lo vemos, llegará a ser deportiva, cultural, de entrevista, en fin... renunciará al sonsonete de música + música = dinero. Una formula gastada para el futuro. Una mezcla floja y tibia que frente al futuro estará pegada con babas.

La comercialización de la radio dependerá del dios oyente. Así, será la “número uno” quien sea líder en audiencia. Los otros, quedarán en el último rincón como quejosos de no encontrarse con la torta publicitaria.

Entonces, ¿por qué escuchar una emisora local, cuando las ofertas de celulares permitirán escuchar radio, cuando la Internet ofrece paquetes diversos y coloridos con interesantes propuestas, cuando el automóvil por satélite pasará de 20 0 30 emisoras locales a miles de opciones mundiales?. ¿Cómo reaccionará el mercado frente a este tema?. ¿Qué podrá hacer una emisora de Girón-Santander, de un corregimiento de Nariño o una pequeña comunidad en el Valle?

Los oyentes del AM pasaron a FM y estos, pasan a la Internet y el satélite. ¿Estamos preparados?. Podremos seguir con expresiones sosas y repetitivas de los... buenos días amigos oyentes... y Blablabla...

Entonces, el futuro probable estaría acompañado de emisoras segmentadas y de grandes contenidos que acompañan las parrillas de programación desde lo local. Espacios que toquen las necesidades de la comuna, la cuadra, el barrio. La globalización quedaría reservada para las cadenas de públicos sin rostros y voces conocidas. Las mañanas con sonidos de ciudad y olor a campo, serán el brillo del lenguaje radial que permita su sostenibilidad y permanencia en el dial.

PRINCIPIOS ÉTICOS.

- “La libertad de prensa es condición básica para que la sociedad tenga conocimiento veraz, suficiente y oportuno de la realidad concreta del mundo. Por lo tanto, debe ser mantenida a salvo de la intrusión o coacción de cualquier sector público o privado.
- El acceso a la información constituye uno de los derechos básicos del hombre. Esta razón de ser de la libertad de prensa hace recaer sobre el periodista la obligación de defenderla y de obrar con altos niveles de responsabilidad y honestidad en el ejercicio de su profesión.
- La principal obligación del periodista es informar sobre los hechos de interés público de una manera exacta y comprensible.
- La ética de la profesión se fundamenta en unos principios dirigidos a establecer la responsabilidad del periodista frente a la sociedad. Estos principios son base del presente Código de normas adoptadas por los periodistas para ennoblecer su ejercicio profesional”.
- Asamblea General del Círculo de Periodistas de Bogotá.

10 Principios éticos:

1. Veracidad.
2. Libertad.
3. Independencia.
4. Servicio.
5. Responsabilidad.
6. Verificación y objetividad.
7. Secreto profesional.
8. Respeto a la vida privada.
9. Derecho de réplica.
10. Rechazo al plagio.

Lo anterior, podría verse reflejado o ser una de las inspiraciones éticas del Consejo de Programación. Órgano rector y decisorio para cada uno de los programas que se emiten desde cualquier emisora.

LA JUNTA DE PROGRAMACIÓN.

“La Junta de Programación es el organismo encargado de la formulación, seguimiento de políticas, planes y programas en materia de programación de la emisora”. Min. Comunicaciones

Objetivo.

Dar participación a las organizaciones sociales del municipio para garantizar la diversidad y pluralidad de ideas dentro del servicio de Radiodifusión Sonora previa consulta ante la Junta Directiva.

Funciones.

- Acompañar los procesos radiofónicos adelantados por la emisora.
- Generar espacios de formación en radio para realizadores de la emisora.
- Diseñar e implementar el Manual de Estilo.
- Participar de intercambios radiofónicos con emisoras locales, nacionales o internacionales.
- Definir el propio reglamento y las demás funciones que considere indispensables para el cumplimiento de los fines citados en el decreto 1981 de 2003.

Integración de la Junta de Programación:

La Junta de Programación estará integrada por un representante de cada una de las organizaciones de la comunidad o estará integrada, de acuerdo a los lineamientos propuestos por la Junta Directiva.

Un material completo que reúne documentos como:

Junta de Programación, Código de Ética o Manual de Estilo puede ser consultado en la Delegación de Comunicaciones de la Arquidiócesis de Bucaramanga, Colombia o en sus emisoras comunitarias ubicadas en Girón, Lebrija, Rionegro o Santa Bárbara.

4.3. MARCO LEGAL

Decreto 1445 de 1995

Por el cual se adoptan los planes técnicos nacionales de radiodifusión sonora en amplitud modulada (AM) y en frecuencia modulada (FM) y se dictan otras disposiciones.

Decreto 1446 de 1995

Por el cual se clasifica el servicio de radiodifusión sonora y se dictan normas sobre el establecimiento, organización y funcionamiento de las cadenas radiales.

Decreto 1447 de 1995

Por el cual se reglamenta la concesión del servicio de radiodifusión sonora en gestión directa, se define el Plan General de Radiodifusión Sonora y se determinan los criterios y conceptos tarifarios y las sanciones aplicables al servicio.

Decreto 1981 de 2003

Mediante el cual se reglamenta el servicio de radiodifusión comunitaria y modifica el capítulo V del decreto 147 de 1995.

5. ESTADO DEL ARTE.

Para el caso que nos ocupa, el escenario parte desde lo local, existiendo ya en algunas comunidades educativas iniciativas que por medio de RADIO ESCOLAR buscan el rescate en la oralidad e incluso tradiciones, que se hallan en potencial peligro por el acelerado avance tecnológico que hacen del idioma un uso de tipo unipersonal.

Actualmente a través del MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL, se adelantan acciones que orientan al fortalecimiento de la RADIO ESCOLAR, proceso que se cumple más como ejercicio pedagógico; pero en la practica y ante la ausencia de recursos, su aplicación se da en forma muy solitaria, por quienes desde lo institucional han querido avanzar más con amor y vocación en la búsqueda de estrategias, que coadyuven al buen uso de la palabra y la conservación de la misma como expresión oral significativa³.

En Cartagena hay para mostrar experiencias con muy buenos resultados, hoy estancadas por la carencia de recursos que permitan invertir de acuerdo con las necesidades técnicas requeridas, pero lo más importante y sensible, una flexibilización de la ley que viabilice una regulación y mejor acceso al espacio electromagnético de las ondas hertzianas para su aplicación desde lo pedagógico.

Pese a lo anteriormente señalado, se ha podido incursionar en calidad de emisiones de prueba en la banda FM; con el proyecto ONDAS JUVENILES, Institución educativa Soledad Acosta de Samper; con resultados que han tenido

³ <http://comlac.org/index.php5?seccion=7&id=9>

reconocimiento no sólo a nivel de la comunidad educativa si no también de la vecindad.

De igual manera destacamos otros ejercicios parecidos pero de menor permanencia como el caso de la Normal Superior Nuestra Señora del Carmen, Juan José Nieto, San Lucas, en el sector oficial, mientras que en el privado destacamos, La salle y Abolsure.

De las Instituciones citadas, cabe destacar que sus equipos corresponden a modelos que aún son funcionales pero ante los requisitos y avances tecnológicos; se hace importante redireccionar un apoyo decisivo desde lo gubernamental, complementado con un trabajo técnico-pedagógico que logre identificar aun más al estudiantado con este tipo de proyectos, que en muchos de los casos señalados se ha transversalizado en el P. E. I. institucional.

Desde el punto de vista técnico y afinidad con los medios de comunicación, se hace necesario e importante, incorporar profesionales en comunicación social, para fortalecer el proceso y mantener una permanente orientación y asesoría en la programación y producción radial escolar, velando por el cumplimiento de la normatividad del MINISTERIO DE COMUNICACIONES y el mejor enlace o conectividad con la vecindad aledaña.

Las Instituciones Educativas, se hallan inmersas en comunidades de interesante población y buen nivel educativo; como técnicos, tecnólogos y profesionales, para el caso de Soledad Acosta de Samper cuenta con tres sedes primarias alternas (Educación primaria) mas la sede principal (Educación Secundaria), que en suma tiene cobertura en más de ocho barrios con una población superior a veinticinco mil (25.000) habitantes en el área.

Otra experiencia interesante a recoger es la de un corregimiento cercano a Cartagena contenido en la apreciación de la docente Aleida Bonnet; quien destaca la acción del proyecto partiendo desde su territorialidad.

“A Santa Ana lo llaman ((Territorio de paz y por eso te necesito)). Está localizada en la isla de Barú, más allá de Cartagena, el canal del Dique, Pasacaballos y Ararca, al final de una trocha de siete (7) kilómetros y luego de una travesía que es como (diaria odisea y peripecia santaneca). Allí, uno se encuentra con siete galpones, mucho sol y arena y varios afiches que llaman a emprender “compromisos indulgentes y amables.

El sentarse bajo una Ceiba con el calor del Caribe colombiano, es un placer. Pero lo es más cuando los estudiantes de grados 9°, 10° y 11° de la Institución Educativa Santa Ana: -Erlina, Arnovis, Derly, Wendy y Verónica- explican lo que quieren hacer con su incipiente experiencia en radio escolar, que en 2009 cumplió un año de existencia.

Entonces resulta posible comprender por qué la necesidad de la emisora y por qué la música es la esencia de la comunicación juvenil. Arnovis, al comienzo del diálogo silencioso y ahora desbordante y con ánimo de carnaval, se para, canta y baila, lo que él cree son temas para la emisora escolar. También reproduce, con excelente tono y afinación, una melodía que interpreta ahora, en ritmo de champeta, sobre el amor y la tristeza: ‘Cada vez que estoy con ella, veo la luna y las estrellas’”.

Entre tanto, sus compañeros complementan las temáticas diciendo que en la emisora “Hay que hablar de la basura y el cuidado del medio ambiente, el turismo, las tierras -hay un complejo pleito al respecto en la Isla - ; el respeto, el abandono de la mujer y los hijos, el maltrato familiar, la responsabilidad y el embarazo, la sexualidad y los padres, drogadicción y tolerancia, pues “cuando los estudiantes

llegaban a la institución educativa de Santa Ana, se veía mucho la violencia y los niños no se entendían... pero eso era antes...”.

Otro alumno agrega: “La emisora para que nos ayude a resolver las tareas, a hacernos amigos, amar y compartir las diferencias”. Y otro mas: “Para la comunidad, los temas de salud; hoy, por ejemplo, se había programado una campaña de desparasitación y hubiera sido muy interesante que todos se hubieran enterado de eso por la emisora”. Apenas se plantea la posibilidad, abruma el ánimo y temáticas, como la del que quiere hacer la historia del señor que logró que se construyera en Barú un “centro de vida para la tercera edad”.

Lo que yo deseo, asegura la profesora, es que ellos hablen, se expresen y sepan que sí son capaces”. En éste esfuerzo ya lleva un año Aleida Bonnet, quien cada día se interesa mas en consolidar éste proyecto de radio escolar, tocando puertas ante diversos estamentos educativos y gubernamental.

6. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN O ESTUDIO

Explicativa.

6.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Analítico.

6.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

Vivenciales, textos, Instituciones educativas, organizaciones gubernamentales.
Sector privado.

6.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Estudiantes (8 y 16 años) y comunidad de influencia.

7. RESULTADOS ESPERADOS

Directos:

- Incentivar entre los jóvenes estudiantes el uso y manejo adecuado de las palabras y su conservación significativa, para así articular mensajes de contenidos dirigidos a nuestro público receptor.
- Despertar y sensibilizar en los menores el valor sobre las tradiciones orales, simbología y su alta significación a través de los tiempos en el campo de las letras.
- Sensibilizar entre las autoridades gubernamentales y sector privado, la importancia de invertir en proyectos de radio escolar, como medio generador de acciones productivas y ocupacionales en los jóvenes estudiantes con proyección al uso de herramientas tecnológicas hoy accesibles en su manejo.

Indirectos:

- Impactar en la comunidad receptora con informaciones pedagógicas, manejado desde los postulados de la buena radio: Ágil, objetiva, veraz, recreativa y educativa.
- Consolidar acciones desde lo institucional, para que proyectos de radio escolar se multipliquen y puedan ser objeto de un gran enlace, para un mejor trato de la palabra e ideas que trasciendan en la comunidad Estudiantil y público adyacente.
- Aprovechamiento del recurso humano capacitado, de experiencia y disponible en manejo de la radio con fines meramente constructivos, empezando en el uso de la palabra, en su contexto informativo y recreativo.

BIBLIOGRAFÍA.

Experiencias en radio escolar. (Asesor). Talleres para capacitación, pedagógica, técnica e interactiva.

Proyecto Ondas Juveniles. Radio Escolar. I. E. Soledad Acosta de Samper.
Lic. Elvia Meléndez.

Radio Escolar. Alma D. Montoya Ch. Lucelly Villa Betancur, fsp. Págs. 153 -155.

dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?articulo=635399&orden...

<http://www.slideshare.net/caboclo/radio-escolar-a-la-carta-una-experiencia-el-aula>.

<http://www.comlac.org/index.php5?seccion=7&id=12>

<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-75540.html>.